

# TOME NOTA

## EJECUTIVOS DE PENSAMIENTO PROPIO

**C**ON LA PRIMERA GUERRA Mundial se produjo un cambio fundamental en la forma de plantear las contiendas; se pasó de la guerra de "choque de masas" a la "guerra de estrategia"; se dejó atrás una forma de plantear las contiendas, que se remontaba a otros siglos, donde reinaba el orden, la caballerosidad y lo previsible.

Las estrategias de la mayoría de batallas planteadas durante esa guerra, llevaron a los contendientes al absurdo de la guerra de trincheras. El frente se mantenía inmóvil durante meses por la imposibilidad de avanzar. La famosa batalla de Caporetto, entre el bando italiano y el alemán, pasó a la Historia por ser la primera que rompía la ortodoxia existente; el mando alemán decidió tener "pensamiento propio" en estrategia militar, y después de varios meses de frente inmóvil, decidió desbordar la trinchera italiana por los flancos, y con nuevas tácticas de infiltración entraron tras las líneas italianas con gran facilidad y lograron un gran número de prisioneros.

Este recuerdo histórico sirve para plantear la importancia estratégica de abandonar el pensamiento ortodoxo en momentos de bloqueo e inmovilismo. Los conceptos de excelencia, la difusión de las técnicas de management, la alineación de las escuelas de negocio, el valor uniforme, los métodos de "el caso", etc., han influido y uniformado a miles de ejecutivos en su línea de pensamiento, acción y performance. La alineación estratégica de la clase ejecutiva ha sido directamente proporcional a la anulación de su pensamiento propio y la desaparición de la ventaja competitiva individual.

El pensamiento alineado ha sido eficiente en un mundo donde los problemas eran previsibles y controlables; a una tipología de problema previamente identificado, correspondía una solución igualmente identificada. En un mundo de causa/efecto, los que destacaban eran aquellos que acumulaban



ANTONIO FLORES

CEO

Loop Business Innovation

más información sobre lo ocurrido previamente y eran capaces de estructurarlo correctamente para la solución del problema planteado.

Hoy vivimos en un mundo que varía constantemente. Tomando como símil la teoría "del Cisne negro" de Nassim Nicholas Taleb, que trata del impacto de lo altamente improbable, hemos pasado de un mundo en el que todos los cisnes eran blancos, a uno donde los cisnes negros de la disrupción empiezan a ser habituales, y entramos en uno en el que los cisnes mutarán constantemente de color y escenario.

Paradójicamente, en el momento en el que más ejecutivos se forman a través de los másteres y MBA's, y utilizan los mismos métodos y casos, es cuando más necesitamos de ejecutivos de pensamiento independiente, propio y disruptivo.

Por encima de una buena educación, es necesario inculcar a la clase ejecutiva la conveniencia de volver a disponer de un pensamiento propio y no unificado, de arriesgarse en la línea estratégica, de buscar nuevos y desconocidos caminos, de abrir nuevas vías de pensamiento para solucionar nuevos problemas.

Urge entrar de nuevo en una fase de pensamiento propio, en especial de los máximos responsables de las compañías; de igual modo es urgente reivindicar un planteamiento filosófico propio para las empresas. Sin filosofía propia de compañía, no es posible pensamiento propio de sus integrantes.

No dejó escapar la oportunidad de reivindicar la involucración de los primeros ejecutivos en la definición estratégica y conceptual del producto y/o servicio que comercializan o fabrican sus compañías.

¿Es posible la excelencia en producto si éste se delega a niveles inferiores del organigrama sin la visión estratégica de la compañía, por mucha preparación de que se disponga? Carece de lógica estratégica que un primer ejecutivo dedique más atención a aspectos como auditorías, logística, recursos humanos, etc., que al producto y servicio, al fin y al cabo es de lo que facturan y viven sus compañías y lo que los identifica en los mercados frente a los consumidores. ☺